

证券代码：002594

证券简称：比亚迪

公告编号：2020-012

## 比亚迪股份有限公司

### 2019年度业绩快报

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示：本公告所载2019年度的财务数据仅为基于中国企业会计准则下的初步核算数据，已经公司内部审计部门审计，未经会计师事务所审计，与2019年度报告中披露的最终数据可能存在差异，请投资者注意投资风险。

#### 一、2019年度主要财务数据和指标

单位：人民币千元

| 项目                 | 本报告期        | 上年同期        | 增减变动幅度（%） |
|--------------------|-------------|-------------|-----------|
| 营业总收入              | 127,738,523 | 130,054,707 | -1.78%    |
| 营业利润               | 2,319,992   | 4,241,760   | -45.31%   |
| 利润总额               | 2,438,835   | 4,385,640   | -44.39%   |
| 归属于上市公司股东的净利润      | 1,611,612   | 2,780,194   | -42.03%   |
| 基本每股收益（元）          | 0.50        | 0.93        | -46.24%   |
| 加权平均净资产收益率         | 2.61%       | 4.96%       | -2.35%    |
| 项目                 | 本报告期末       | 本报告期初       | 增减变动幅度（%） |
| 总资产                | 195,630,798 | 194,571,077 | 0.54%     |
| 归属于上市公司股东的所有者权益    | 56,759,452  | 55,198,289  | 2.83%     |
| 股本                 | 2,728,143   | 2,728,143   | 0.00%     |
| 归属于上市公司股东的每股净资产（元） | 20.81       | 20.23       | 2.83%     |

注：上述数据是以公司合并报表数据填列。

#### 二、经营业绩和财务状况情况说明

报告期内，比亚迪股份有限公司（以下简称“本公司”）及其附属公司（以下简称“本集团”）营业收入较2018年下降1.78%，与2018年基本持平。归属于上市公司股东的净利润较去年同期下降42.03%，主要为行业及政策变化及本期研

发费用上升影响所致。

## （一）汽车业务

2019年，中国新能源汽车市场迎来有史以来补贴降幅最大的一年，补贴退坡及部分地区提前切换国六标准拖累行业首次出现产量及销量均同比下降，集团新能源汽车销量同比亦有所下滑。集团凭借核心技术的研发，设计团队的多元化及产品结构的完善，不断提升产品竞争力。年内集团新能源汽车销量依旧位列全球新能源汽车销量前列，品牌影响力持续提升。

在新能源汽车领域，集团继续推进王朝系列车型的更新换代，年内发布了数款车型，包括全新一代「唐EV」、全新「宋Max」插电式混合动力版、全新「元EV」、全新「秦EV」以及迭代车型「宋Pro」等，凭借优异的性能和外观赢得市场一致好评。2019年，「元EV」、「唐DM」分别位列中国新能源汽车销量前五名，其中，「唐DM」销量更是在售价20万以上国内新能源汽车市场里一枝独秀，进一步巩固了集团在行业中的领军地位。年内，是集团e系列产品的开启元年，集团分别推出了面向不同消费群体的e系列产品，不断完善产品结构，全面覆盖新能源汽车细分市场，年内陆续推出「e1」、「e2」和「e3」等车型，为集团发展贡献新的增长点。

纯电动大巴领域，集团纯电动大巴在北京、三亚、澳门、香港、拉萨等全国众多城市继续投入运营，整体运营情况良好并建立起良好的品牌口碑。在海外市场方面，集团继续扮演「公交电动化」的先驱角色，引领全球公交电动化的浪潮，向英国、智利、荷兰、挪威、新加坡、法国、匈牙利、丹麦、加拿大和印度等地完成了电动大巴的交付。

在「7+4」战略布局下，本集团不断拓展在专用车领域的渗透，致力推进新能源汽车的全市场覆盖，助力国家打赢蓝天保卫战的重大战略部署。深圳市交通运输局发布《深圳市纯电动泥头车推广使用实施方案》，为泥头车的发展提供了有力保障，在全国率先形成纯电动重型货车使用的示范效应。年内，集团泥头车实现数千台销量，为商用车业务带来新的增长点。

在深耕新能源汽车市场的同时，集团亦继续推动传统燃油汽车业务的发展。

2019年7月，集团推出宋的全新迭代产品「宋Pro」，外观延续了「Dragon Face」家族设计，并搭配「DiLink 2.0」智能网联系统，燃油版上市以来广受市场好评，连续数月销量破万并持续攀升，成为燃油车业务增长的新引擎。「宋Max」车型凭借较高的颜值和性能，在中国MPV市场继续保持前五的销量排名，继续为集团带来稳定的销售贡献。然而，受燃油汽车行业的整体需求下降及集团老车型退出市场的影响，年内集团燃油汽车销量亦有所下滑。

年内，集团供销体系的开放开启新的篇章并取得积极成果。集团与丰田汽车公司就成立纯电动车研发公司签订合资协议。通过与丰田的合作，将综合提升产品研发能力及品质控制能力，进一步巩固电动汽车的核心技术，助力打开了集团零部件的海外供应，实现集团的长足发展。此外，集团与华为签署全面战略合作协议，双方计划就汽车智能网联、智能驾驶等领域开展深度交流与合作。年内，集团与华为联合发布了手机NFC车钥匙，为集团用户带来更便捷、智能的交互体验。

在城市轨道交通领域，比亚迪继续积极布局并取得一定进展。「云轨」及「云巴」作为低成本的城市轨道交通解决方案，拥有庞大的市场需求，自发布以来已赢得国内外多个城市的订单。未来，随着国内外市场项目的开工建设，预计相关业务将为集团带来新的增长空间。

## （二）手机部件及组装业务

2019年，集团凭借在金属部件领域的长期经验、零件技术及优秀质量，在移动智能终端市场占有率继续处于领先地位。年内，3D玻璃、陶瓷、塑料以及组装业务均实现不同程度增长，其中3D玻璃、陶瓷以及组装业务表现亮眼，同比大幅增长。但受行业整体需求波动，金属部件业务收入及盈利于期内有所下滑。

新型智能产品业务方面，集团持续推进与现有客户的合作关系，产品出货量快速提升，业务增长迅速。汽车智能系统方面，除了配套集团全系车型以外，亦积极拓展外部市场，与国内和海外汽车品牌广泛展开合作，预计未来将成为本集团新的营收贡献点。

市场开发和业务拓展持续取得突破，前端需求也随之不断扩大。为了更好地

服务并满足不同战略客户的多元化需求，本集团启动全球化布局，扩充产能，打造海内外的先进制造基地。在国内深圳、惠州、汕头、汕尾、韶关、西安等生产基地的基础上，年内新增的长沙基地已顺利投产，位于中山、西安等地的新基地亦在紧锣密鼓地建设中。海外方面，年内在欧洲新增的两个生产基地已投入量产，在东南亚地区的生产基地也已经启动。

### （三）二次充电电池及光伏业务

本集团二次充电电池主要包括锂离子电池和镍电池产品，广泛应用于各种便携式电子设备。年内集团旗下传统电池业务实现稳定增长，市场份额持续提升。此外，光伏市场于年内有较为明显的回暖，给集团光伏业务带来一定增长。

### 三、与前次业绩预计的差异说明

公司2019年第三季度报告中对2019年度的经营业绩预计为：归属于上市公司股东的净利润比上年同期下降36.19%~43.03%。

公司本次业绩快报披露的经营业绩与前次披露的业绩预计不存在差异。

### 四、风险提示

本公告所载2019年度的财务数据仅为基于中国企业会计准则下的初步核算数据，已经公司内部审计部门审计，未经会计师事务所审计，与2019年度报告中披露的最终数据可能存在差异，最终数据以公司披露的2019年度报告为准。《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》及巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）为本公司选定的信息披露媒体，本公司所有披露信息均以在上述选定媒体刊登的信息为准，敬请投资者注意投资风险。

比亚迪股份有限公司董事会

2019年3月31日